

Newsletter 07-2023

Deutscher Stadtmarketingtag 2023:

Von Grau zu WOW – Über die Veränderung von Stadt, Natur und Mensch

Melden Sie sich jetzt für den Deutschen Stadtmarketingtag 2023 an! Unter dem Titel „Von Grau zu WOW – Über die Veränderung von Stadt, Natur und Mensch“ laden wir Sie herzlich ein, sich mit uns dem Thema zu widmen, wie sich mit Hilfe grüner und blauer Infrastruktur die Attraktivität und Aufenthaltsqualität in den (Innen-)Städten vor dem Hintergrund von Veränderungen und Herausforderungen wie der Klimaanpassung erhalten und weiter ausbauen lassen. Schon seit einigen Jahren



verbindet sich die Vorstellung einer attraktiven Innenstadt zusehends stärker mit dem Grad ihrer Begrünung sowie mit Frei- und Aufenthaltsflächen, die Schatten und womöglich auch Wasser spenden. Solch hochwertige Freiräume erhöhen die Lebensqualität der Bürger:innen und tragen maßgeblich zur Identifikation mit ihrer Stadt bei. Damit wird die Frage grüner und blauer Infrastruktur in der Stadt auch zum Thema für das Stadtmarketing. Vom 17.

bis 19. September erwartet Sie dazu ein umfangreiches Programm mit renommierten Referent:innen und vielseitigen Praxisbeispielen sowie viel Raum für Erfahrungsaustausch. Die Gastgeberstadt könnte dabei nicht passender sein: Mannheim ist nicht nur allgemein eine grüne und innovative Stadt, sondern in diesem Jahr auch Austragungsort der Bundesgartenschau! Diese ist auch Teil des Rahmenprogramms am Sonntag, das aber auch weitere, spannende Facetten Mannheims zeigt. Welche das genau sind, erfahren Sie im Programm, das wie der Link zur Anmeldung und wie alle anderen Informationen zur Tagung unter www.stadtoptimisten.de zu finden ist.

Dokumentation Künstliche Intelligenz im Stadtmarketing

Mehr als 200 Stadtmarketingverantwortliche und Interessierte aus anderen Bereichen waren am 29. Juni online dabei, um sich über die Arbeit mit Künstlicher Intelligenz im Stadtmarketing zu informieren und Tipps für den Umgang mit den einschlägigen Tools zu erhalten. Die Referenten, der Digitalexperte Frank Tentler und Marvin Liedmeyer von Tobit Software, gaben damit einen kleinen Vorgeschmack auf das ausführlichere Online-Seminar „**ChatGPT Plus – professioneller Einsatz im Stadtmarketing für Einsteiger:innen**“ am 25. Oktober, das dann noch stärker interaktiv und individueller sein wird. Der umfangreiche Zuspruch bestärkt uns, dieses Thema zukünftig stärker mitzudenken und zu bearbeiten. Die Dokumentation bzw.

Themen

Seite 1

Deutscher Stadtmarketingtag

KI im Stadtmarketing -
Dokumentation

Seite 2

Reise zu KI im Stadtmarketing

Auswirkungen der Pandemie

Seite 3

Stadtmarketingtagungen der IHK

Brachfläche als Biergarten

Seite 4

Neues Freizeitangebot in Lingen

Seite 5

Hitzestadtplan Gießen

Sound der Stadt

Kulturpass gestartet

Seite 6

Leitfäden Verkehrsberuhigung

Übergangsweise Lübeck

Seite 7

Sicherheit im Bahnhofsviertel

Jobbörse

Zahlen des Monats

Seite 8

Fördermitglieder

Seite 9

Herzlich willkommen – die neuen
Mitglieder

Seite 11

Trend der Zukunft

Seite 13

Seminartermine / ICR

Terminkalender

Aufzeichnung der Einführungsveranstaltung steht über den **bcsd-You-Tube-Kanal** zur Verfügung. Die Präsentationen der Referenten sind **hier** zu finden.

ANZEIGE

Wie attraktiv ist Ihre City?
Passantenfrequenz ist die Messzahl.

MESSEN - VERGLEICHEN - PROFITIEREN
mit [hystreet.com](https://www.hystreet.com)

Mehrwerte

- Einzelhändler mit exakten Frequenzdaten unterstützen
- Cityevents analysieren und begründen
- Stadtentwicklung planen und evaluieren

JETZT PARTNER WERDEN

hystreet.com

Das größte Netzwerk für Passantenfrequenzen
97 STÄDTE
253 STANDORTE
6 LÄNDER

www.hystreet.com

KI und Stadtmarketing - eine begleitete Reise in die neue Arbeitswelt.

In diesem ersten Kapitel und drei weiteren in den kommenden Newslettern wird Sie Digitalexperte Frank Tentler mit auf eine Reise nehmen, um Ihnen zu zeigen, welche Rolle KI bereits heute in Ihrer Arbeitswelt „Stadtmarketing“ spielt und spielen kann. Das erste Kapitel „Lasst uns ein Raumschiff bauen“ widmet sich den grundsätzlichen Möglichkeiten der Generativen Künstlichen Intelligenz für das Stadtmarketing und macht direkt Lust darauf, sich intensiver mit der Materie zu befassen. Weitere praktische Hinweise wird das Online-Seminar „**ChatGPT Plus – professioneller Einsatz im Stadtmarketing für Einsteiger:innen**“ am 25. Oktober liefern, für dass Sie sich hier anmelden können.

Hier können Sie das erste Kapitel der Reise lesen.

Auswirkungen der Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren



Die COVID-19-Pandemie hat den Einzelhandel in Innenstädten und Zentren schwer getroffen und die bereits vorhandenen Herausforderungen durch Strukturwandel und den Rückgang von Einzelhandelsflächen weiter verschärft. Die COVID-19-Pandemie wirkte als treibende Kraft für den bereits vorher erkennbaren Trend zum Online-Handel und hat zu einem Anstieg des Umsatzanteils des Online-Handels am Gesamteinzelhandel auf 15% beigetragen.

Ein Projekt, beauftragt vom Bundesministerium für Wohnen, Stadtentwicklung und Bauwesen (BMWSB), untersucht aktuell die Auswirkungen der Pandemie und des Online-Handels auf den Einzelhandel in Städten, Gemeinden und Regionen, insbesondere in den Zentren.

Während der Pandemie hat sich der Leerstand in einigen Bereichen erhöht, vor allem in schwächeren Lagen. Doch es gibt auch positive Entwicklungen zu verzeichnen: Die Besucherfrequenzen haben größtenteils das Niveau vor der Pandemie wieder erreicht.

Die Erkenntnisse aus diesem Projekt und die verstärkten Bemühungen um eine bessere Vernetzung von stationärem und digitalem Handel können dazu beitragen, den Einzelhandel in den Städten und Zentren zukunftsfähig aufzustellen. Das **Forschungsprojekt** des BMWSB ist noch nicht abgeschlossen und wird voraussichtlich bis Mitte 2024 laufen. Weitere Veröffentlichungen und tiefgreifende Analysen zu den Auswirkungen der Pandemie und des Online-Handels auf den Einzelhandel werden in den kommenden Monaten erwartet.

IHK-Forum Stadtmarketing und Fachtagung Stadtmarketing

Neben dem Deutschen Stadtmarketingtag finden im September zwei weitere spannende, eintägige Stadtmarketing-Veranstaltungen statt, bei denen die bcsd als Partnerin vertreten ist.

Am 07. September lädt die IHK Niedersachsen zum **IHK-Forum Stadtmarketing** nach Hannover ein. Bei der 27. Auflage steht das vielgestaltige Thema Nachhaltigkeit im Fokus. Am Vormittag wird in einer Keynote und in einer sich anschließenden Diskussion die Fragestellung beleuchtet, wie sich unsere (Innen)Städte nachhaltig und trotzdem wirtschaftlich attraktiv auf den Weg zu einer resilienten zukunftsgerechten (Innen)Stadt machen können. Eines der vier parallel angebotenen Foren bietet einen Ideenworkshop für mehr Nachhaltigkeit in der Innenstadt. Am Nachmittag werden Praxisberichte zu Facetten des Themas Nachhaltigkeit präsentiert. Außerdem bietet die Veranstaltung viele Möglichkeiten zum Austausch untereinander und mit ausstellenden Unternehmen und Organisationen. Hier erfahren Sie mehr und können sich anmelden.

Am 14. September wird sich die IHK Chemnitz auf der **Fachtagung Stadtmarketing** mit dem Thema „Transformationen in Innenstädten – temporär und/oder dauerhaft“ beschäftigen. Stadt- und Citymarketing haben in den Krisen der letzten Jahre bewiesen, dass sie schnell und agil auf neue Herausforderungen reagieren und Chancen in der Krise entdecken und ergreifen. Die Tagesveranstaltung stellt einige gute Beispiele aus Chemnitz, Sachsen und Hessen vor, die die Transformation der Innenstadt anpacken und vermarkten. Bei einer Exkursion vor Ort werden das Schaffen einer Gastro-Meile sowie die Transformation eines Warenhauses thematisiert. Die Teilnahme ist kostenfrei möglich. **Hier** finden Sie das Programm und die Möglichkeit zur Anmeldung.

Brachfläche wird zu Biergarten



In Gronau haben zwei mutige Jungunternehmer eine brachliegende Baugrube nach dem Abriss eines Einkaufszentrums in einen attraktiven Biergarten verwandelt. Unter dem Namen „**Gronauer Sommerloch!**“ bietet der Pop-Up-Biergarten rund 250 Gästen Platz und lockt mit einem Beach-Volleyballfeld und kühlen Getränken. Das Besondere an diesem Biergarten ist das innovative digitale Bestellsystem. Gäste können ihre Bestellungen bequem über ihr Smartphone aufgeben und direkt bezahlen. Die Getränkebestellungen werden im

Barcontainer erfasst, während die Speisenbestellungen digital an nahegelegene Restaurants weitergeleitet werden, was einen effizienten Betriebsablauf ermöglicht.

Die Umgestaltung der brachliegenden Fläche hat bereits jetzt positive Effekte auf die Innenstadt von Gronau und zeigt, dass aus ehemals trostlosen Stadträumen lebendige Orte entstehen können, Stadtbild aufwerten und die lokale Wirtschaft beleben.

Ein neues Freizeit-Angebot in Lingen



Seit Mitte Juli erfreut sich Lingen eines neuen Freizeitangebots auf dem Wasser. Die Lingen Wirtschaft und Tourismus GmbH (LWT) präsentiert mit dem BBQ-Donut ein kreisförmiges, Elektro-Wasserfahrzeug, das Platz für bis zu 10 Personen bietet und über einen vorgeheizten Holzkohlegrill oder eine mit Eis gefüllte Getränkeschale in der Mitte verfügt. Neben der Bootmiete mit Grill oder Getränkepaket sind weitere Buchungsmöglichkeiten wie zum Beispiel Grillpartys, Sekfrühstücke, Kaffeetouren oder Kindergeburtstagsfeiern geplant. Sonnengeschütz sowie lautlos können die

Besucher:innen den Sommer noch bis Ende September auf dem Dortmund-Ems-Kanal genießen. Das schwimmende Gebäck ist eine Ergänzung zu den bislang bereits angebotenen Fahrten mit Planwagen und Flößen.

ANZEIGE

**Die Nr. 1 für digitale
Stadtgutscheine**

- Teileinlösung per App/Webseite
- Automatische Abrechnung über Ihr eigenes Bankkonto
- Integriertes Arbeitgeberportal
- Kostenlos starten

Mit **stadtguthaben** wird es Ihre **Stadt gut haben**.

Mit der Erfahrung aus über **100** Städten

Jetzt informieren

stadtguthaben
Das lokale Gutscheinsystem

www.stadtguthaben.de

Schattiges Plätzchen in Gießen gesucht?



Wo finde ich an einem heißen Tag schattige Plätze in der Stadt? Wo kann ich meine Trinkflasche kostenlos mit Trinkwasser auffüllen? In Gießen beantwortet solche Fragen der „Coole Stadtplan“. Virtuell und als gedruckte Karte bietet er eine Übersicht über Brunnen, Wasserstellen und schattige Wege, mit anderen Worten über die grüne und blaue Infrastruktur in der hitzegeplagten Innenstadt. Damit sollen die Bürger:innen bei der Hitzeanpassung unterstützt und der hohe Wert des Grüns und des Wassers in der Stadt in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt werden. Die virtuelle Version

der Karte kann etwa durch die Bürger:innen ergänzt werden, wenn sie beispielweise einen weiteren schattigen Ort in der Stadt entdeckt haben. In der Druckversion leiten Links bzw. QR-Codes zu ergänzenden Informationen rund um das Thema Hitze, so zum Beispiel zu Hitzewarnungen des Deutschen Wetterdienstes und Informationen der Stadtwerke Gießen zur Trinkwasserqualität. Den „Coolen Stadtplan“ in virtueller Form finden Sie **hier**.

Und wie klingt Ihre Stadt?



Wollte man früher einem anderen Menschen eine besondere Freude machen, stellte man zeitaufwendig und mühevoll eine Playlist, mit Songs von persönlicher Bedeutung zusammen, spielte diese auf Kassette auf oder brannte sie auf CD. Heutzutage hat diese Art der Liebeserklärung durch die Nutzung von Musikstreamingdiensten an Bedeutung verloren. Ruprecht Langer, Leiter des Deutschen Musikarchivs in der Deutschen Nationalbibliothek, hat sich dennoch darauf zurückbesonnen und eine solche Liebeserklärung erstellt, allerdings nicht für eine geliebte

Person, sondern für eine Stadt: Leipzig, dem Sitz des Musikarchivs. „Wie klingt Leipzig?“ fragte er auch die Einwohner:innen der Stadt. Rund 120 Titel kamen 2019 auf diese Weise zusammen. Anhören kann man sie sich an Hörstationen in der Deutschen Nationalbibliothek. Eine sogar noch umfangreichere Playlist ist in diesem Jahr für Frankfurt am Main, einem weiteren Standort der Nationalbibliothek, entstanden. Die eingereichten Lieder müssen dabei nicht von Künstler:innen aus der jeweiligen Stadt stammen oder sich mit der Stadt befassen. Es muss allerdings begründet werden, warum man das Lied mit der Stadt verbindet. Welches Lied für Frankfurt am häufigsten vorgeschlagen wurde, lesen Sie **hier**.

Kulturpass gestartet

Der von der Bundesregierung initiierte Kulturpass gibt Menschen, die im Jahr 2023 ihren 18. Geburtstag feiern, die Möglichkeit zur Nutzung eines Budgets von 200 Euro. Das Budget kann für verschiedene Kultur-Bereiche wie Veranstaltungen (Konzerte, Theater, Kino, Museum etc.), Bücher, CDs, Instrumente etc. verwendet werden. Für die Nutzung ist eine Registrierung sowohl der Jugendlichen als auch der Kulturinstitutionen nötig. **Hier** finden Sie Informationen zum Kulturpass sowie zur Registrierung beider Parteien. Zuletzt hat etwa die mainzplus CITYMARKETING GmbH

Live-Events der von ihr verwalteten Spielstätten wie dem Frankfurter Hof (Tagungsort der bcsd 2017) im Programm registriert.

Leitfäden Verkehrsberuhigung: Kiezblock, Fahrradstraße, temporäre Spielstraße

Kiezblocks schaffen Wohngebiete ohne Kfz-Durchgangsverkehr. Sie steigern die Aufenthaltsqualität und oft werden neue Aufenthaltsorte, Treffpunkte, Sport- und Spielplätze, Grünflächen oder Fahrradstraße geschaffen. In Berlin gibt es bereits einige solcher Kiezblocks. Der Leitfaden enthält unter anderem Informationen zu rechtlichen Grundlagen, möglichen Kiezblockmaßnahmen und Möglichkeiten der Straßengestaltung nach dem Trennungs- beziehungsweise Mischungsprinzip. **Hier** finden Sie den Leitfaden zur Einrichtung von Kiezblocks. Zudem stellt der Berliner Senat einen **Leitfaden zur Umsetzung von Fahrradstraßen** sowie zur **Einrichtung temporärer Spielstraßen** zur Verfügung.

Übergangsweise Lübeck



Mit dem Prozess „ÜBERGANGSWEISE“ setzt die alte Hansestadt Lübeck auf Wandel und Zukunft. Im Fokus steht dabei ein ganzheitlicher Strukturwandel der Innenstadt, in dessen Rahmen Impulse geschaffen und die Innovationskraft gestärkt werden sollen. Grundlage hierfür bilden der Rahmenplan Innenstadt inklusive Mobilitätskonzept und das Tourismusedwicklungskonzept, die von 2018 bis 2019 unter umfassender Bürgerbeteiligung erarbeitet wurden. Auch ÜBERGANGSWEISE selbst ist ein gemeinschaftlicher Prozess, in dem die Hansestadt Lübeck, die Wirtschaftsförderung Lübeck GmbH sowie die Lübeck und Travemünde Marketing GmbH (LTM) eng miteinander kooperieren und auch weitere Institutionen und Akteure aus der Stadtgemeinschaft einbinden. Insgesamt besteht der durch Mittel des Bundesprogramms „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ geförderte Prozess dabei aus vier Teilprojekten. Mit dem ÜBERGANGSHAUS wird ein Mixed-Use-Innovationszentrum gestaltet, um innovativen Ideen und Konzepten in der Stadt Raum zu geben. Unter der Überschrift ÜBERGANGSRAUM sollen innovative Ideen für die Aktivierung von Leerständen sorgen. Das Teilprojekt WANDEL.ERLEBEN richtet sich auf die Stärkung der Innenstadt durch die (Um-)Gestaltung öffentlicher Räume, etwa durch die ÜBERGANGSWIESE oder den ÜBERGANGSGARTEN. Die Steuerung des Gesamtprozesses und der dazugehörigen Beteiligung läuft unter dem Titel WANDEL.STEUERN. Wie Lübeck seinen Übergang gestaltet, erfahren Sie **hier**.

Wuppertal fördert mehr Sicherheit im Bahnhofsviertel



Das Bahnhofsviertel eines jeden Ortes dient oft als Visitenkarte der Stadt. Für Besucher, die eine Stadt erkunden möchten, führt kaum ein Weg daran vorbei, den Bahnhofsbereich zu durchqueren. Gleichzeitig werden Bahnhofsgenden oft als Orte der Angst wahrgenommen, bedingt durch Verschmutzung, unzureichende Beleuchtung und ein erhöhtes Maß an Kriminalitätsbelastung. Die Stadt Wuppertal hat entschieden, diesen Herausforderungen entgegenzuwirken. In Zusammenarbeit mit der **Stiftung Lebendige Stadt** wurde ein Best Practice Modell entwickelt, das auf bedarfsgerechte Sicherheitsmaßnahmen abzielt. Am Döppersberg, einem zentralen Standort, wurde nicht nur der Raum neugestaltet und mit Grünflächen sowie angenehmen Aufenthaltsbereichen versehen, sondern es wurde auch eine neue Sicherheitsstrategie implementiert.

Diese Sicherheitspartnerschaft namens "Kooperation Sicherheit Innenstadt/Döppersberg (KoSID)" ermöglicht eine gemeinschaftliche Sicherheitsverantwortung, die von den Wuppertaler Stadtwerken, den Sicherheits- und Ordnungsbehörden, den sozialen Trägern und dem Sozialamt getragen wird. Die genaue Umsetzung dieser Maßnahmen sowie die angewandten Instrumente und gewonnenen Erkenntnisse finden sie **hier**.

Jobbörse

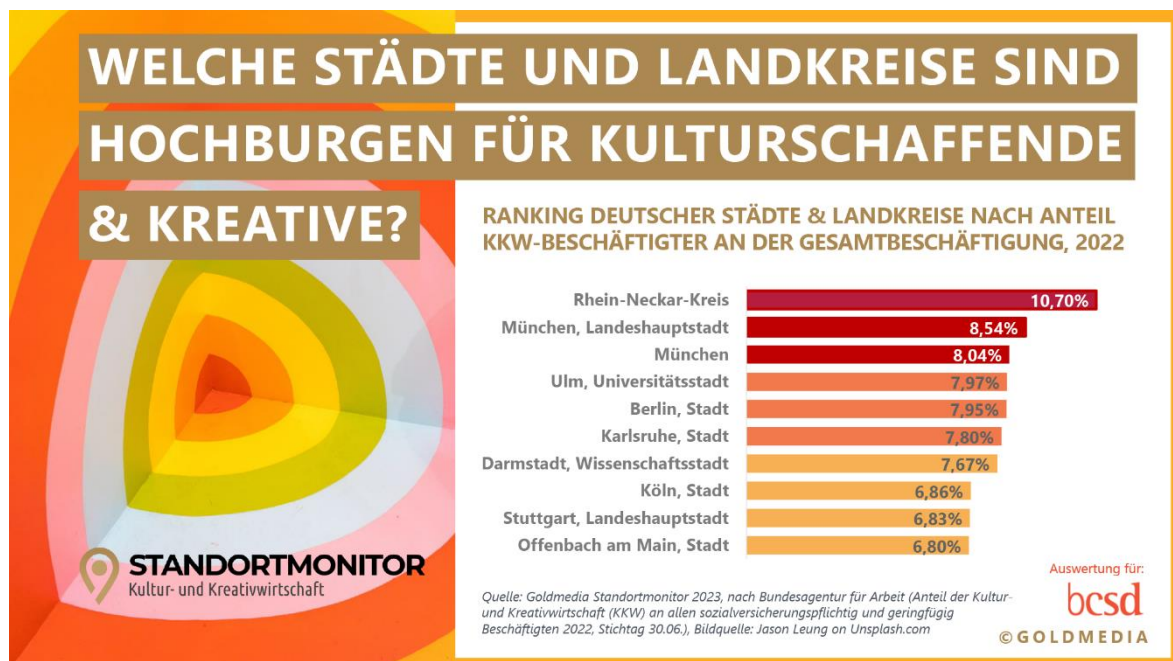
Arbeitgeber:in	Stellenangebot	Bewerbungsfrist
Stadtmarketing Bad Vilbel e.V.	Geschäftsführer:in (m/w/d)	19.09.2023
Unternehmen inVAI e.V. (Vaihingen an der Enz)	Citymanager:in (m/w/d)	01.09.2023
Stadt Heringen (Werra)	Fachbereichsleitung (m/w/d) für Wirtschaft Entwicklung Kultur	31.08.2023
bcsd e.V.	Referent:in (m/w/d) für Verbandskommunikation	20.08.2023
bcsd e.V.	Referent:in (m/w/d) für Stadtmarketing	20.08.2023
Stadt Gießen	Citymanager:in (m/w/d)	15.08.2023
Erfurt Tourismus und Marketing GmbH	Geschäftsführung (m/w/d)	31.07.2023
CWE mbH (Chemnitz)	Geschäftsführung (m/w/d)	k. A.

Zahlen des Monats

Ferienzeit ist Reisezeit und für viele auch Kulturzeit: Im Sommer-Newsletter wollen wir in der Rubrik „Zahlen des Monats“ einmal auf die attraktivsten Standorte der Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) in Deutschland schauen. Wo es besonders viele KKW-Beschäftigte gibt, kann man auch ein gutes Angebot im Bereich Kultur- und Kreativwirtschaft erwarten. Die Grafik bzw. Analyse zeigt, dass es der Rhein-Neckar-Kreis ist, in dem der Anteil der Beschäftigten in der KKW im Verhältnis zur Gesamtbeschäftigung mit mehr als 10 Prozent am höchsten ist. Und neben den Metropolen Berlin

oder München sind auch Städte wie Ulm, Karlsruhe und Darmstadt in den TOP 10 vertreten. Zweifellos ist die Beschäftigung nur ein Indikator für kulturelles Leben. Eine wichtige Voraussetzung in jedem Falle.

Die Daten entstammen der interaktiven Datenbank für Standortdaten **Standortmonitor.net** von Goldmedia. Weitere Informationen: **support@standortmonitor.net** oder **www.standortmonitor.net**.



Fördermitglieder der bcsd

Brandmeyer Markenberatung

Mehr Profil für Stadtmarken und Place Brands

Brandmeyer
MARKENBERATUNG

Städte und Regionen stehen zunehmend im Wettbewerb untereinander. Im Wettbewerb um Zielgruppen wie z.B. Bewohner, Fachkräfte, Besucher, Studierende oder Unternehmen und

beschließen daher, ihre Wahrnehmung systematisch zu verbessern und die eigenen Stärken gezielt in den Vordergrund zu stellen. Brandmeyer Markenberatung kann auf allen Stufen des Markenprozesses unterstützen – von der Positionierung und Strategie bis zur Umsetzung.

Place Brands erfordern spezifisches Know-how

In Vergleich zu anderen Sektoren müssen Stadtmarken und andere Place Brands dabei vor allem mit einer hohen Komplexität umgehen: Zum einen ist das „Produkt“ extrem facettenreich – aber auch die Marketing-Akteure und ihre Zielgruppen sind weit vielschichtiger als in anderen Bereichen. Eine weitere Herausforderung sind zudem die allenthalben knappen öffentlichen Mittel.

Wie kann eine Stadt, ein Standort oder eine Region in dieser höchst anspruchsvollen Gemengelage dennoch einen erfolgreichen Markenprozess aufsetzen? Am Anfang der Brandmeyer-Arbeit steht immer eine fundierte Stärkenanalyse. Sie ermittelt, mit welchen spezifischen Themen oder Gegebenheiten die Place Brand im Wettbewerb am besten punkten kann – welche Positionierung am meisten Potenzial hat. Brandmeyer unterstützt bei der Umsetzung und hilft, die Strategie trotz enger Budgets auf die Straße zu bringen (ein neuer Slogan ist dabei übrigens meistens das schlechteste Mittel).

Mit unserem Netzwerk aus erfahrenen Spezialisten unterstützen wir Place Brands – von Kleinstädten bis zu internationalen Metropolen – mit der immer gleichen Leidenschaft und Professionalität.

Herzlich willkommen – die neuen Mitglieder der bcsd

World of Mall



World of Mall steht seit 2011 für visuelle Highlights sowie brillante Live-Erlebnisse im Umfeld deutscher Shoppingcenter und Innenstädte. Vom Firmenstandort im mittelsächsischen Rochlitz aus visualisieren, inszenieren und illuminieren wir auf Kundenwunsch ganze Dekorationsszenen zu den wichtigen Saisonthemen. Durch die kreative und technische Expertise unseres Teams –

bestehend aus ideenreichen und erfahrenen Mitarbeitern in den Abteilungen Grafik, Visuelles Marketing und Handwerk – haben wir uns im gesamten Bundesgebiet einen Namen als Deko-Spezialisten machen können. Die Erfahrung aus dem Center-Umfeld lässt sich oftmals auf Innenstädte und Einrichtungen übertragen – auch diese müssen für ihre Attraktivität und die Besucherrelevanz aktiv handeln. Wir unterstützen sie dabei sehr gern mit wirksamen Werbeideen und effektiven Marketing-Konzepten.

Seit Sommer 2021 bündeln wir unseren gigantischen Mietfundus – bestehend aus Standard-Bestsellern, aber auch individuellen Designs aus Handarbeit – in unserem Online-Shop **www.deko-designstore.com**. Hier finden Center, Firmen, Einrichtungen, aber auch Privatleute besondere Dekoartikel für so ziemlich jeden Anlass.

Unser Portfolio: Gesamt-Dekoszenerien zu saisonalen Themen – Ground and Hanging Level; Leerstandsdekoration, LED, Eventfahrzeuge & Fotopoints; individuelle Marketing-Konzepte & Grafikdesign; Event-Management: Deko-Module, kreatives Kulinarisches & Promotion-Aktionen; City-Marketing: regionale Live-Projekte und optische Highlights; Online-Mietsshop: **www.deko-designstore.com**; Kreativ-Lösungen gegen Langeweile: Bossel BOXX – Bastelsets für Kinder

SawatzkiMühlenbruch GmbH

CityPilot: Der persönliche City-Chat-Assistent für ein einzigartiges Stadterlebnis



Mit unserem individuell für Ihre Stadt trainierten Chat-Bot CityPilot revolutionieren Sie den Kundenkontakt im Stadtmarketing dank bahnbrechender KI-Technologie und leistungsstarkem NLP (Natural Language Processing), indem Sie mit maßgeschneiderten Informationen Ihre Kunden bei der Suche nach gewünschten Produkten, Angeboten, Attraktionen und Services unterstützen.

Wo gibt es den leckersten Kuchen der Stadt? Welcher ist der beliebteste Spielplatz im Viertel? Kein langes Suchen mehr- der City-Pilot greift auf unsere für Ihre Attribute erstellten Wissens-Clouds zurück und führt direkt zum Ziel. CityPilot antwortet mit kreativer, empathischer und freundlicher Sprache, die den Besuchern und Einwohnern der Stadt ein Lächeln ins Gesicht zaubert. Dank seiner cleveren Wortspiele und einer Prise Humor wird das Stöbern und Entdecken mit CityPilot zu einem mehr als unterhaltsamen Erlebnis.

Kontaktieren Sie uns noch heute und lassen Sie uns gemeinsam Ihre Visionen verwirklichen. SawatzkiMühlenbruch steht Ihnen zur Seite, um Ihre Projekte voranzubringen und eine dynamische Stadtentwicklung zu ermöglichen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Stadt Tettngang



Tettngang ist eine von 18 Kleinstadtperlen in Baden-Württemberg und einzige Gemeinde im Bodenseekreis, die diese Auszeichnung trägt. Eingebettet zwischen Bodensee, Alpen und dem oberschwäbischen Hügelland prägen Hopfen und Obst den

Stadt T E T T N A N G unverwechselbaren Charakter der Region. Tettngang selbst punktet mit drei Schlössern, authentischen Gasthäusern und originellen inhabergeführten Geschäften. Ein einzigartiges Heimatgefühl, das in zahlreichen Festen und der Fasnet zelebriert wird, verbindet die Menschen in der Region. Seit Jahrzehnten ist die Stadt als Elektronik- und Hightech-Zentrum bekannt. Dank Innovationsfreude, Qualitätsbewusstsein und unternehmerischer Weitsicht entwickelten sich kleine familiengeführte Firmen zu international agierenden Betrieben. Zudem ist die Stadt mit über 20.000 Einwohnern und den Ortschaften Langnau, Tannau und Kau nach Friedrichshafen und Überlingen, die drittgrößte Stadt im Bodenseekreis.

Seit dem 01.08.2022 hat Tettngang erstmals eine Stadtmarketingbeauftragte. Frau Pia-Simone Ellermann ist direkt als Stabstelle an die Bürgermeisterin, Frau Regine Rist, gekoppelt. Neben dem

Stadtmarketing gibt es nach einer Umstrukturierung den City-Marketing Verein „Tettngang erleben e.V.“, der für das Innenstadtmarketing der Stadt zuständig ist. Der Verein hat einen städtischen Auftrag. Frau Ann Bauer ist seit April 2022 als Citymanagerin für den Verein tätig und wird von einer Teilzeitkraft unterstützt. Auch das Stadtmarketing hat seit April Unterstützung von Frau Nadine Kössler-Krautz bekommen, die sich verstärkt um den Aufbau und die Implementierung von Social-Media-Kanälen kümmern wird.

Stadt Filderstadt



Filderstadt liegt in Baden-Württemberg am Rande des Naturparks Schönbuch in Sichtweite zur Schwäbischen Alb und unmittelbarer Nachbarschaft zur Landeshauptstadt Stuttgart. Die zweitgrößte Stadt im Landkreis Esslingen (ca. 46.000 EW) ist an der Autobahn A8, Bundesstraße B27, S-Bahn Region Stuttgart, dem Flughafen Stuttgart und der Messe Stuttgart verkehrstechnisch hervorragend erreichbar. Filderstadt entstand 1975 im Rahmen der Gemeindereform aus den

ehemals selbstständigen Gemeinden Bernhausen, Bonlanden, Harthausen, Plattenhardt und Sielmingen.

Die Filder mit ihren fruchtbaren Lössböden ist ein wichtiges Landwirtschaftsgebiet, vor allem für den Kraut- und Gemüseanbau. Gleichzeitig ist Filderstadt namhafter Wirtschaftsstandort. Die lokale Wirtschaft zeichnet sich durch einen vielseitigen Branchenmix und ein hohes technisches Know-how aus. Aufgrund der Nähe zu einer Vielzahl von Hochschulen und Forschungseinrichtungen ist Filderstadt zudem ein idealer Standort für innovative Start-ups.

Das Stadtmarketing ist im Referat für Wirtschaft und Marketing direkt dem Oberbürgermeister zugeordnet und seit Anfang 2023 erstmals mit Referatsleitung und Sachbearbeitung vollständig besetzt. Aufgabenschwerpunkte bis zum 50-jährigen Stadtjubiläum 2025 sind die Ausarbeitung eines Stadt- und Citymarketingkonzepts sowie die Umsetzung konkreter Projekte zur Belebung der fünf Stadtteilmitten. Die fünf Stadtteile verfügen über jeweils individuelle Qualitäten und eine vielfältige Vereinsstruktur. Entsprechend der Aussage „Fünf bleiben. Eins werden.“ – aus dem Integrierten Nachhaltigen Stadtentwicklungskonzept INSEK – gilt es mit dem Schwung des Jubiläumjahres die gesamte Stadt dauerhaft zu stärken, zu fördern und zukunftsfit zu machen

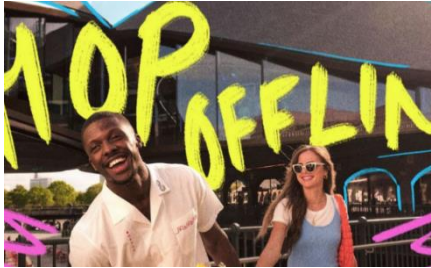
Der Trend der Zukunft

Anregungen für die Arbeit vor Ort – der Trendservice der bcscd

Anregungen und Ideen werden vom Marketing wohl in jeder Stadt erwartet. Oft ist der Blick über den Tellerrand mühsam. Die bcscd veröffentlicht mit jedem Newsletter Anregungen und Trends, die von „**TrendONE**“ geliefert werden. Drei Trends stellen wir Ihnen im Folgenden vor – weitere Trends zum Thema Stadtmarketing und Tourismus finden Sie im Trendmanager. Nähere Informationen zum

Trendmanager finden Sie **hier**. Zum Bestellen oder bei weiteren Fragen schreiben Sie bitte an Frau Schomburg: **schomburg@trendone.com**.

Kampagne wirbt für Offline-Shopping



Der Londoner Bahnhof und Verkehrsknotenpunkt King's Cross hat mit „Shop Offline“ eine Multichannel-Sommerkampagne lanciert, um mehr Kund:innen in die Geschäfte vor Ort zu locken. „Shop Offline“ positioniert sich bewusst gegen die „kalte und unpersönliche“ Welt des Onlineshoppings und rückt die Freude am realen Einkaufserlebnis und am menschlichen Austausch in den Vordergrund. Kund:innen werden zu verschiedenen Events eingeladen, um die Geschäfte besser kennenzulernen. Auch das Erscheinungsbild der Kampagne zielt mit handgezeichneter Schriftart, Collage-Elementen und Illustrationen darauf ab, für mehr „Offline“ zu werben. **Hier** erfahren Sie mehr.

Spender mit kostenloser Sonnencreme



Eine Hautärztin des niederländischen Krankenhauses VieCuri in Velo-Venray hat in Zusammenarbeit mit der Krankenkasse VGZ eine Initiative gestartet, damit alle Niederländer:innen im Sommer kostenlos Sonnencreme erhalten. Sie sollen sich so besser vor Hautkrebs schützen können. Für die kostenlose Sonnencreme werden die während der Corona-Pandemie aufgestellten Desinfektionsspender genutzt, die sich an zahlreichen Orten wie beispielsweise auf Festivals, an Stränden, in Schulen oder Sportvereinen befinden. Alle Niederländer:innen, vor allem aber Kinder, sollen so dafür sensibilisiert werden, sich regelmäßig im Freien einzucremen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Stadt zahlt Partykosten für Nachbarschaften



Die US-amerikanische Stadt Cambridge hat Fortunes Liste der „Besten Orte zum Leben mit Familie“ gewonnen. Um die Gemeinschaft zu stärken, bietet die Stadt ihren Bewohner:innen 200 US-Dollar für die Ausrichtung eines Straßenfestes in ihrer Nachbarschaft. Bewohner:innen können das Geld für Essen, Spiele und Unterhaltung nutzen. Die Initiative soll dazu beitragen, soziale Bindungen aufzubauen, sich besser kennenzulernen und die Gemeinschaft zu fördern. Um das Geld zu beantragen und eine Genehmigung zu erhalten, müssen Bewohner:innen einen Flyer einreichen und die Zustimmung von 25 Prozent der Nachbar:innen bekommen. **Hier** erfahren Sie mehr.

Seminar- und ICR-Termine

07.09.2023, **Finanzierung und Förderung im Stadtmarketing**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Berlin

28.09.2023, **City-, Quartiersmanagement und Einzelhandel**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Hannover

29.09.2023, **Strategische Grundlagen City-, Stadt- und Regionalmarketing**, Institut für City- und Regionalmanagement e.V., Hannover

25.10.2023, **Stadtmarketing – KI im Arbeitsalltag**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Online

02.11.2023, **Eventmanagement**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Lübeck

03.11.2023, **Die Stadt / Region als Marke**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Lübeck

Mehr über den ICR-Studiengang City-, Stadt- und Regionalmanagement erfahren Sie **hier**. Alle Module können einzeln belegt werden.

Termine

07.09.2023, **27. IHK-Forum Stadtmarketing**, Arbeitsgemeinschaft der niedersächsischen Industrie- und Handelskammern, Hannover

13. – 14.09.2023, **German Council Congress**, German Council of Shopping Places, Berlin

14.09.2023, **Fachtagung Stadtmarketing**, Industrie- und Handelskammer Chemnitz, Chemnitz

17. – 19.09.2023, **Deutscher Stadtmarketingtag 2023**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Mannheim

12.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Rheinland-Pfalz**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Koblenz

20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Baden-Württemberg**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Pforzheim

20.10.2023, **bcsd-Landesverbandstreffen Bayern**, Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Augsburg

06./07.11.2023, **Kooperationsforum Stadtmarketing**, City-Management-Verband Ost und Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V., Chemnitz

Weitere Termine finden Sie **hier**.

Impressum:

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. (bcsd), Tieckstraße 38, 10115 Berlin, T + 49 (0) 30 – 28 04 26 71, F + 49 (0) 30 – 28 04 26 73, office@bcsd.de, www.bcsd.de, Vereinsregister Berlin 35492, Umsatzst.-IdNr. DE 238 769 633, Geschäftsführer Jürgen Block, Bundesvorsitzende Bernadette Spinnen

Diese E-Mail/dieser Newsletter kann vertrauliche und/oder rechtlich geschützte Informationen enthalten. Der Inhalt ist ausdrücklich nur für den bezeichneten Empfänger bestimmt. Sollten Sie nicht der vorgesehene Adressat dieser E-Mail oder dessen Vertreter sein, setzen Sie sich bitte mit dem Absender der E-Mail in Verbindung.

Sie erhalten diesen Newsletter, da Sie sich auf www.bcsd.de dafür registriert haben. Sollten Sie den Newsletter nicht mehr erhalten wollen, senden Sie bitte eine E-Mail mit dem Inhalt „abmelden“ an office@bcsd.de.

Informationen zur Datenverarbeitung durch den bcsd e.V. nach Art. 13 DSGVO finden Sie **hier**.

Die in dieser E-Mail gegebene Information ist nicht rechtsverbindlich. In Fällen, in denen die Rechtsverbindlichkeit erforderlich ist, kann Ihnen diese Bestätigung auf Anforderung gerne nachgereicht werden. Beachten Sie bitte, dass jede Form der unautorisierten Nutzung, Veröffentlichung, Vervielfältigung oder Weitergabe des Inhalts dieser E-Mail nicht gestattet ist.